

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN *GREEN PRODUCT*



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:
AZIZAH FATMAWATI
B 100110358

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN *GREEN PRODUCT***

Yang ditulis oleh:

AZIZAH FATMAWATI
B 100110358

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Maret 2015

Pembimbing



(Ahmad Mardalis, S.E., MBA)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, S.E., M.Si.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Azizah Fatmawati
NIRM	: 11.6.106.02016.500358
Jurusan	: Manajemen
Judul Skripsi	: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
	: KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>GREEN PRODUCT</i>
	:
	:
	:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Maret 2015

Yang membuat pernyataan,

.....AZIZAH FATMAWATI

MOTTO

“Science without religion is lame, religion without science is blind”

(Albert Einstein)

“When there’s a will, there’s a way”

(Pradipta Mahadevi)

“Do not pray for easy life, pray for the strenght to endure a difficult one”

(Bruce Lee)

“I never dreams about success. I work for it”

(Estée Lander)

PERSEMBAHAN

*Buah karya sederhana ini kupersembahkan
untuk :*

- 1. Papa dan mama terkasih, yang tiada henti
mendukung dan memotivasi setiap langkah
dihidupku.*
- 2. Adik, kakak, dan tante tersayang yang
selalu memberi semangat dan warna dalam
kehidupanku.*
- 3. Sahabat serta teman yang selalu membantu
dan memberi senyum dalam suka dan duka
dalam segala situasi.*
- 4. Almamaterku Universitas Muhammadiyah
Surakarta.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN *GREEN PRODUCT*”**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam tata cara penulisan, penyajian maupun materi yang diungkapkan di dalamnya. Oleh karena itu penulis sangat berharap adanya kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membaca skripsi ini

Selama penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan, arahan, bimbingan, serta dukungan dari banyak pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiadji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Ahmad Mardalis, S.E., MBA, selaku Pembimbing Skripsi bagi penulis yang telah memberikan banyak ilmu, arahan serta selalu member masukan dan motivasi kepada penulis selama proses penelitian berlangsung.
5. Para dosen pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi banyak ilmu pengetahuan serta bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Papa dan Mama yang tiada henti memberikan cinta dan kasih sayang, do'a, harapan, motivasi dan dukungan yang tiada henti di setiap langkah penulis dalam menyusuri alur kehidupan.
7. Mbak Angga, Mas Fajar, Dek Iyak, Bi Iyung, Mas Syam, dan si kecil Shakierra yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, tawa, dan kebahagiaan yang tiada terbayarkan dan tiada gantinya.
8. Teman-teman dekat tercinta Hana, Sarah, Icha, Dipta, Manda, Shiela, Nova, Melly, Nita. Terimakasih telah memberi kenangan terbaik selama kuliah, terimakasih telah menjadi keluarga kedua.
9. Seluruh anggota RAPMA FM khususnya angkatan 2011, terimakasih untuk segala pengalaman, ilmu, dan kenangan indah yang akan selalu terukir di dalam hati penulis.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis tulis satu

per satu. Penulis berharap semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Maret 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Perilaku Konsumen	7
B. Keputusan Pembelian	9
C. <i>Green Product</i>	10
D. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
E. Penelitian Terdahulu.....	17
F. Kerangka Pemikiran	18
G. Hipotesis	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Lokasi Penelitian	21
C. Populasi dan Sampel.....	21
1. Populasi Penelitian	21
2. Sampel Penelitian	21
D. Jenis dan Sumber Data	23
1. Jenis Data.....	23
2. Sumber Data	23
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Variabel Penelitian	24
1. Variabel Terikat.....	24
2. Variabel Bebas.....	24

G.	Definisi Operasional Variabel	25
H.	Instrumen Pengumpulan Data	28
I.	Uji Validitas dan Reabilitas	29
1.	Uji Validitas	29
2.	Uji Reabilitas	29
J.	Uji Asumsi Klasik	30
1.	Uji Normalitas	30
2.	Uji Multikolinearitas	30
3.	Uji Heteroskedastisitas	31
K.	Regresi Linier Berganda, Uji-t, dan Uji-F	31
1.	Regresi Linier Berganda	31
2.	Uji-t	32
3.	Uji-F	33
L.	Analisis Koefisien Determinasi	33
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		36
A.	Karakteristik Responden	36
B.	Analisis Data	41
1.	Uji Instrumen	41
a.	Uji Validitas	41
b.	Uji Reabilitas	44
2.	Uji Asumsi Klasik	45
a.	Uji Normalitas	45
b.	Uji Multikolinearitas	45
c.	Uji Heterokedastisitas	47
3.	Analisis Regresi Berganda	48
4.	Uji-t Statistik	51
5.	Uji-F Statistik	53
6.	Uji Koefisien Determinasi	54
C.	Pembahasan	55
BAB V PENUTUP		62
A.	Kesimpulan	62
B.	Keterbatasan Penelitian	65
C.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	38
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Konsumen Tentang <i>Green Product</i>	38
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli.....	39
Tabel 4.8 Uji Validitas	40
Tabel 4.9 Uji Reabilitas.....	42
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Normalitas Masing-masing Variabel.....	43
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinearitas Masing-masing Variabel.....	44
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Heterokedastisitas Masing-masing Variabel	45
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	7
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	9
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	18

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh budaya, sosial, pribadi, psikologi, produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian *green product*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* atau jenis *purposive sampling* yang menggunakan 150 sampel. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan data primer. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang sebelumnya telah dilakukan uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel budaya, sosial, psikologi, harga, tempat, promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel pribadi dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini variabel Psikologis menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) memiliki nilai sebesar 0,429 sehingga keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel budaya, sosial, pribadi, psikologi, produk, harga, tempat dan promosi sebesar 42,9% dan sisanya 57,1% dijelaskan variabel lain. Oleh sebab itu apabila pemasar ingin memasarkan produk ramah lingkungan maka harus diperhatikan faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi, produk, harga, tempat dan promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: *keputusan pembelian, green product, produk ramah lingkungan*